

BAB I PENDAHULUAN

I.1 Latar Belakang

Perkembangan teknologi dan informasi pada era globalisasi saat ini telah banyak mengubah cara pandang manusia terhadap berbagai hal di dunia. Kemudahan memperoleh informasi telah menjadikan dunia sesuatu yang dinamis dan kompleks sehingga diperlukan pengetahuan dan aturan yang jelas agar suatu informasi dapat dikelola dengan baik. Seiring dengan perkembangan teknologi, cara penyampaian dan juga cara mendapatkan informasi juga ikut berkembang.

Internet saat ini merupakan media untuk memperoleh informasi yang digunakan hampir diseluruh dunia. Sama seperti halnya internet, hal yang sama juga berlaku untuk sosial media seperti *Facebook*, *Twitter*, *Instagram*, dll. Statistik menunjukkan bahwa dari total penduduk bumi yang mencapai 7,395 milyar jiwa, 46 % dari jumlah itu (3.42 milyar jiwa) merupakan pengguna internet, 31 % dari penduduk dunia (2.31 milyar jiwa) merupakan pengguna sosial media, 51 % dari penduduk dunia (3.79 milyar jiwa) merupakan *unique mobile users*, 27 % dari penduduk dunia (1.97 milyar jiwa) merupakan *mobile social media users*. (Simon, 2016)

Di Indonesia penggunaan internet dan media sosial sudah sangat populer di mana dari total penduduk yang mencapai 255.5 juta jiwa, pengguna internet mencapai angka 88.1 juta jiwa yang sama dengan 34 % dari total penduduk Indonesia dan pengguna social media yang mencapai angka 79 juta jiwa atau setara dengan 31% penduduk indonesia. (Noviandari, 2015)

Berkat kemajuan teknologi informasi, masyarakat dari berbagai kalangan dapat memanfaatkan *website*, *social media*, dan aplikasi *smartphone* tersebut untuk berbagai hal yaitu memperoleh informasi, melakukan kegiatan menjual dan membeli suatu barang atau jasa, berbagi pengetahuan dengan pengguna lain, dan lain sebagainya. PT. Ezio Indonesia memanfaatkan kesempatan ini untuk menawarkan jasanya untuk

membuat perangkat lunak *smartphone* (*Android / IOS*), *website*, perangkat lunak *personal computer*, dan lain sebagainya.

PT. Ezio Indonesia didirikan di Bandung pada 16 Agustus 2015 oleh Taufik Rohmat sebagai *founder* dan Hermansyah sebagai *co-founder*. Pertimbangan Taufik Rohmat untuk mendirikan PT. Ezio Indonesia adalah karena melihat banyaknya permintaan untuk membuat *software*. Melihat permintaan yang banyak dan peluang yang tersedia, mendorong keinginan Taufik untuk mendirikan sebuah badan hukum agar dapat meraih pasar yang lebih luas. Dengan berbekal 5 tahun pengalaman yang dimiliki sebagai *IT programmer* dan bekerjasama dengan Hermansyah yang memiliki pengalaman dalam memimpin pelaksanaan proyek, maka berdirilah PT. Ezio Indonesia. (PT. Ezio Indonesia, 2015)

Saat ini PT. Ezio Indonesia melayani beberapa *customer segment* pada bidang manufaktur, finansial serta industri lainnya. Sebagai sebuah perusahaan jasa *startup* yang menawarkan jasa konsultan *IT*, PT. Ezio Indonesia ingin memaksimalkan jumlah pelanggan yang dapat dilayani. Sejak awal PT. Ezio Indonesia berdiri sampai kemudian resmi menjadi sebuah badan usaha yang diakui negara pada Agustus tahun 2016 lalu, PT Ezio Indonesia baru mendapatkan 10 pelanggan yang bersedia menggunakan jasa yang diberikan perusahaan. Menurut pendapat dari pemilik perusahaan, jumlah pelanggan yang ditangani saat ini masih sangat sedikit. Meskipun saat ini perusahaan memiliki 10 pelanggan, tetapi hanya 1-4 perusahaan saja yang memberikan proyek baru kepada PT. Ezio Indonesia setiap tahunnya. Pada tahun ini terdapat 2 perusahaan yang termasuk pelanggan lama yang memberikan proyek baru sedangkan perusahaan saat ini masih belum dapat untuk mendatangkan proyek dari pelanggan baru. Hal ini masih belum sesuai dengan harapan pemilik perusahaan yang merasa bahwa perusahaan mampu untuk dapat mengerjakan 5-7 proyek per tahunnya.

Tingginya tingkat persaingan membawa pengaruh yang besar terhadap bisnis dari PT. Ezio Indonesia. Banyaknya pesaing yang menawarkan jasa yang sama seperti *Crocodic*, *Eannovate*, *GITS*, *Code.id*, dan *AppsChef* yang menawarkan jasa pembuatan

aplikasi *mobile* dan *website* dengan keunggulan yang beragam membuat sulitnya PT. Ezio Indonesia untuk bersaing.

Ukuran dari badan organisasi PT. Ezio Indonesia saat ini masih tergolong organisasi skala kecil. Saat ini PT. Ezio Indonesia memiliki jumlah karyawan 12 orang yang terdiri dari 5 orang *programmer*, 2 orang bisnis analis, 1 orang sistem analis, 1 orang admin, 1 orang CEO (*Chief Executive Officer*), 1 orang COO (*Chief Operation Officer*), dan 1 orang CTO (*Chief Technology Officer*). Ukuran perusahaan yang masih kecil ini yang menyebabkan perusahaan mengalami kesulitan untuk mendapatkan pelanggan baru karena terbatasnya pihak-pihak yang dapat bergerak untuk menghampiri pelanggan yang kebanyakan berpusat di daerah luar Bandung. Selain itu lemahnya media penyampaian informasi perusahaan pada bagian *profiling* layanan perusahaan memberi pengaruh yang menyebabkan kurangnya minat dari calon pelanggan. Salah satu media yang digunakan PT. Ezio Indonesia saat ini adalah *website*.

Kekurangan yang dimiliki PT. Ezio Indonesia saat ini adalah belum dilakukannya pemetaan model bisnis secara terstruktur. Hal ini menyebabkan perusahaan tidak mampu melihat pengaruh yang ditimbulkan akibat faktor internal perusahaan dan faktor eksternal perusahaan. Oleh karena itu diperlukan analisis yang tepat agar tujuan perusahaan tercapai.

Melihat dari permasalahan yang terjadi di PT.EZIO Indonesia, maka diperlukan sebuah pendekatan yang dapat digunakan untuk memetakan model bisnis yang sedang dijalani, serta menjelaskan mengenai kondisi bisnis perusahaan, sehingga dapat dirancang model bisnis baru. Salah satu pendekatan model bisnis yang dapat digunakan yaitu Business Model Canvas (BMC) yang dikembangkan oleh Alexander Osterwalder.

BMC (Business Model Canvas) merupakan sebuah pendekatan yang dapat digunakan untuk memetakan suatu bisnis dengan menggunakan sembilan blok bangunan. Sembilan blok bangunan tersebut saling berhubungan satu dengan yang lain sehingga sebuah bisnis dapat berjalan dengan baik. Sembilan blok bangunan tersebut terdiri dari

aktivitas kunci dari suatu usaha (*Key Activity*), sumber daya kunci dari usaha tersebut (*Key Resource*), mitra utama yang dapat membantu usaha tersebut menjalankan aktivitas usaha (*Key Partnership*), pelanggan dari jasa yang disediakan (*Customer Segment*), nilai yang ditawarkan sebuah usaha kepada pelanggan (*Value Proposition*), bentuk hubungan dengan pelanggan yang diinginkan (*Customer Relationship*), metode yang digunakan agar pelanggan mengetahui keberadaan kita (*Channel*), struktur pembiayaan kegiatan usaha (*Cost Structure*), dan asal sumber pendapatan usaha (*Revenue Stream*) tersebut. BMC tidak hanya dapat digunakan untuk memotret model bisnis perusahaan saat ini, namun juga dapat digunakan sebagai alat untuk memberikan usulan rancangan model bisnis yang baru berdasarkan dari hasil analisa kondisi model bisnis saat ini.

Berdasarkan latar belakang yang telah dipaparkan, maka perlu dilakukan penelitian yang berjudul “Perancangan Model Bisnis Baru Untuk PT. Ezio Indonesia menggunakan pendekatan *Business Model Canvas*” untuk dapat memberi pertimbangan yang dapat digunakan perusahaan memperbaiki model bisnis mereka.

I.2 Rumusan Masalah

Sehubungan dengan latar belakang diatas, maka penulis merumuskan masalah sebagai berikut:

1. Bagaimana gambaran model bisnis dari PT. Ezio Indonesia saat ini jika ditinjau dengan menggunakan pendekatan *Business Model Canvas*?
2. Bagaimana kondisi dari model bisnis PT. Ezio Indonesia jika dievaluasi dengan menggunakan analisis *SWOT*?
 - a. Bagaimana kondisi dari proposisi nilai perusahaan jika dievaluasi dengan menggunakan analisis *SWOT*?
 - b. Bagaimana kondisi dari biaya dan pendapatan jika dievaluasi dengan menggunakan analisis *SWOT*?

- c. Bagaimana kondisi dari infrastruktur perusahaan jika dievaluasi dengan menggunakan analisis *SWOT*?
 - d. Bagaimana kondisi dari hubungan pelanggan jika dievaluasi dengan menggunakan analisis *SWOT*?
3. Bagaimana usulan rancangan model bisnis yang sesuai dan dapat diterapkan di PT. Ezio Indonesia dengan menggunakan pendekatan *Business Model Canvas*?

I.3 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini yaitu:

1. Mengetahui gambaran model bisnis dari PT. Ezio Indonesia saat ini jika ditinjau dengan menggunakan pendekatan *Business Model Canvas*.
2. Mengetahui kondisi dari model bisnis PT. Ezio Indonesia jika dievaluasi dengan menggunakan analisis *SWOT*.
 - a. Mengetahui kondisi dari proposisi nilai perusahaan jika dievaluasi dengan menggunakan analisis *SWOT*.
 - b. Mengetahui kondisi dari biaya dan pendapatan jika dievaluasi dengan menggunakan analisis *SWOT*.
 - c. Mengetahui kondisi dari infrastruktur perusahaan jika dievaluasi dengan menggunakan analisis *SWOT*.
 - d. Mengetahui kondisi dari hubungan pelanggan jika dievaluasi dengan menggunakan analisis *SWOT*.
3. Mengetahui usulan rancangan model bisnis yang sesuai dan dapat diterapkan di PT. Ezio Indonesia dengan menggunakan pendekatan *Business Model Canvas*.

I.4 Manfaat Penelitian

I.4.1 Manfaat Teoritis

Diharapkan hasil penelitian dapat memberikan kontribusi pada penelitian bidang strategi bisnis untuk analisis dan pemetaan bisnis menggunakan pendekatan *business model canvas*.

I.4.2 Manfaat Praktis

Penelitian ini diharapkan berguna bagi peningkatan jumlah pelanggan PT. EZIO Indonesia yang didapat.

I.5 Batasan Masalah

Pembatasan masalah perlu dilakukan agar penelitian tidak menjadi terlalu luas dan menyimpang dari tujuan awal. Pembatasan yang dilakukan pada penelitian ini ada hanya berfokus pada perancangan model bisnis baru untuk PT. EZIO Indonesia menggunakan pendekatan *business model canvas*.

I.6 Sistematika Penulisan

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini memuat pengantar dari penelitian seperti gambaran umum objek penelitian, latar belakang masalah, perumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, batasan masalah, sistematika penulisan.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini memberikan informasi mengenai dasar teori yang digunakan dalam penelitian menggunakan pendekatan *business model canvas* yang akan dibahas. Tujuan dari bab ini adalah untuk menyediakan pengetahuan singkat mengenai teori dari literature yang relevan yang digunakan sebagai landasan teori dalam pelaksanaan penelitian dan perancangan hasil akhir penelitian yang dilakukan.

BAB III METODE PENELITIAN

Bab ini menjelaskan mengenai langkah-langkah pemecahan masalah yang digunakan untuk menyelesaikan penelitian sesuai dengan tujuan penelitian yang akan dilaksanakan.

BAB IV PENGUMPULAN DAN PENGOLAHAN DATA

Bab ini merupakan bagian pada tugas akhir yang menjelaskan tentang proses pengumpulan dan pengolahan data yang terkait dalam penelitian ini.

BAB V ANALISIS

Bab ini merupakan bagian dari tugas akhir yang menjelaskan analisis yang dilakukan terhadap data-data yang telah didapatkan serta usulan perbaikan yang diberikan.

BAB VI KESIMPULAN DAN SARAN

Bab ini merupakan bagian dari tugas akhir yang menjelaskan kesimpulan dari penelitian yang telah dilakukan dan saran yang diberikan berdasarkan hasil dari penelitian.